

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Konteks Penelitian

Media komunikasi menjadi peran penting untuk kelancaran interaksi dalam kehidupan manusia. Hal ini merupakan sebuah jembatan atau penghantar informasi dari setiap sumber pesan ke penerima. Pesan yang disampaikan tidak akan diterima, apabila jembatan penghubung pesan tersebut tidak ada. Saluran atau media yakni alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima (Laswell dalam Mulyana, 2010: 70). Salah satu fenomena yang menarik dan sedang berkembang dari media komunikasi ialah media massa. Media massa merupakan alat penyebar informasi yang paling ampuh hingga saat ini. Berbagai macam informasi dapat diperoleh setiap manusia melalui media massa, sehingga setiap manusia akan selalu membutuh media massa sebagai alat sumber informasi. Berbagai macam bentuk dari media massa itu sendiri diantaranya cetak, elektronik, *online*, dan lain-lain.

Saat ini media *online* memang menjadi alat medium komunikasi yang paling tepat untuk menyebarkan informasi. Perkembangan media *online* yang begitu pesat hingga dapat mengalahkan media-media konvensional lainnya seperti cetak dan elektronik. Informasi yang disampaikan begitu aktual dan efektif, sehingga menjadi acuan bagi setiap para pencari informasi. Media *online* merupakan salah satu media massa kontemporer yang berkembang dengan sangat pesat. Aplikasi-aplikasi massa media *online* yang meliputi *newspaper online*,

magazine online, digital radio, digital television. Sama seperti media massa tradisional yang sering digunakan sehari-hari meliputi majalah, tabloid, dan surat kabar.

Media *online* dalam menjalankan fungsi sosialnya dalam menambah referensi bacaan baru bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi. Layaknya media cetak seperti majalah yang menyajikan berbagai rubrik baik itu otomotif, musik, gaya hidup dan lain-lain. Begitu juga dengan *website*, kini website kian beragam, tak hanya untuk umum namun menyajikan pilihan-pilihan sesuai yang *audience* inginkan.

Saat ini media *online* berkembang dengan begitu pesat, karena kebutuhan setiap manusia akan informasi. Informasi yang begitu beragam sehingga media terkadang tidak tepat dalam menyebarkan informasi tersebut. Menurut Eriyanto (2002: 2-3) selain beberapa hasil penelitian yang meneliti dampak buruk dari perkembangan dan pengaruh media, ternyata realitas yang ditampilkan oleh media kepada khalayak sering sekali tidak objektif. Sehingga informasi yang seharusnya disebarluaskan berubah menjadi hasil dari suatu konstruksi media. Hal inilah yang menyebabkan suatu peristiwa atau realitas bisa diberitakan secara berbeda-beda oleh media.

Media massa merupakan medium yang digunakan komunikator untuk menyampaikan gagasan kepada komunikan. Komunikator yang salah satunya adalah korporasi media, memiliki agenda untuk merepresentasikan ideologi serta gagasannya. Intinya media akan mengkonstruksi suatu realitas dalam

penyampaian pesan agar tujuan-tujuan atau agenda media tersebut dapat berjalan sesuai dengan rencana.

Banyak fenomena menarik dari setiap informasi yang disebarluaskan oleh media. Persaingan antara media dengan media lainnya, terkadang membuat setiap khalayak tidak mendapatkan informasi yang kurang tepat. Dari sudut mata memandang, beberapa dari media khususnya di Indonesia lebih mementingkan keuntungan, sehingga fungsi dari media sebagai alat penyebar informasi yang layak bagi masyarakat tidak dipergunakan dengan baik.

Fenomena perkembangan media yang saat ini terjadi di Indonesia yakni konglomerasi media. Dalam hal ini konglomerasi media merupakan musuh utama dari kebebasan dan keberagaman informasi yang disebarluaskan kepada khalayak. Salah satu contoh saat terjadinya lumpur Lapindo yang memberikan bencana terhadap masyarakat sekitar Sidoarjo. Dalam hal ini kelompok media Bakrie (TV One, ANTV dan Vivanews.com) melakukan penyeragaman berita atau informasi di media-media konglomerasi itu. Kelompok media Bakrie menggunakan istilah lumpur Sidoarjo bukan lumpur Lapindo. Bahkan TV One yang salah satu media *audio visual* yang tergabung dalam media Bakrie, mewawancarai pakar geologi Rusia Dr. Segey Kadurin yang menyatakan semburan lumpur adalah akibat gempa bumi bukan akibat kesalahan pengeboran. Sementara pendapat pakar terhadap pengeboran tidak diwawancarai¹. Informasi seperti ini juga disebarluaskan oleh kedua media Bakrie lainnya, ANTV dan Vivanews.com yang sama persis tidak adanya perbedaan.

¹ <http://www.youtube.com/watch?v=F9H1X8cMaoE> Tanggal akses 4 November 2014, pk. 13.28 WIB

Perkembangan teknologi telekomunikasi dan informatika (telematika) yang cenderung menyatu dan hal ini membuat konglomerasi media dapat berkembang dengan pesat. Media memiliki fungsi untuk menginformasikan (*to Inform*) yang mendidik (*to educate*) sehingga membentuk opini atau pendapat (*to persuade*), dan tentunya menghibur (*to entertain*) menjadi fungsi keseimbangan diantara fungsi yang lainnya.

Dalam mengonsumsi informasi dari media massa, khalayak seharusnya bukan hanya menerima informasi saja tetapi harus mengerti dan memahami informasi tersebut. Untuk memahami informasi dari media, saat ini literasi media dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang sejalan dengan perkembangan media dan tingkat kebebasan media tersebut.

Literasi media merupakan salah satu upaya pembelajaran bagi media dalam menyebarkan informasi yang transparansi dan bukan hanya mengutamakan kepentingan tersendiri dari korporasi media tersebut. Menurut Alan Rubin, literasi media merupakan pemahaman sumber dan teknologi dari komunikasi, kode yang digunakan, pesan yang diproduksi dan pemilihan, penafsiran, serta dampak dari pesan tersebut (dalam Tamburaka, 2013: 8).

Menurut Chris dan James, literasi media sebagai dampak yang ditimbulkan pesan media, yaitu sebagian besar konseptualisasi termasuk elemen-elemen, yaitu media dikonstruksi dan mengkonstruksi realitas; media memiliki dampak komersial; media memiliki dampak ideologis dan politis; bentuk serta kontennya terkait dengan masing-masing medium, masing-masing memiliki estetika kode dan persetujuan yang unik; serta khalayak menegosiasikan makna dalam media (dalam Tamburaka, 2013: 8).

Media sebagai alat penyebar informasi yang terkadang setiap khalayak tidak mengetahui bagaimana informasi tersebut telah dikonstruksi. Literasi media

memang ingin melihat bagaimana pesan yang disampaikan oleh sumber hingga khalayak mendapat informasi yang baik dan benar. Salah satu faktor pendukung untuk mencapai pengembangan literasi media, yaitu adanya kerja sama dari berbagai kalangan, ketersediaan pendidik yang akan mengembangkan literasi media, dan dukungan dari institusi yang berwenang.

Pengembangan literasi media ditengah masyarakat khususnya di Indonesia lebih banyak dilakukan oleh organisasi kemasyarakatan atau lembaga swadaya masyarakat (LSM) yang peduli atas dampak media bagi masyarakat. Salah satunya adalah Lembaga Remotivi yang bergerak dibidang pendidikan atau melekmedia dan advokasi yang bertujuan mengembangkan tingkat kemelekmediaan masyarakat, menumbuhkan serta mengelola dan merawat sikap kritis masyarakat terhadap televisi, dan mendorong profesionalisme pekerja televisi untuk menghasilkan tayangan yang bermutu, sehat, dan mendidik.

Lembaga Remotivi dalam menjalankan tugasnya mengajak khalayak media agar melekmedia dengan beberapa cara sesuai dengan konten yang berada dalam *websitenya* www.lembagaremotivi.or.id yakni pendapat, amatan, kupas dan senggang. Pendapat adalah tulisan opini mengenai isu pertelevisian secara luas. Amatan merupakan tulisan yang secara spesifik membahas atau menganalisis satu judul tayangan televisi. Kupas merupakan tulisan yang mengulas buku, film, video, musik, komik, karya visual, dan lainnya, yang merespons fenomena pertelevisian. Senggang merupakan tulisan pendek, gambar, karikatur, video, komik, humor, tips, dan apapun yang belum pernah terpikirkan.

Lembaga Remotivi mengajak masyarakat untuk peduli terhadap pendidikan media. Selain lembaga remotivi, masih ada beberapa institusi yang ikut mengawasi media yang tidak transparansi dalam penyebaran informasi, salah satunya ialah Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Lembaga ini merupakan salah satu institusi yang memberikan jaminan bahwa kepemilikan media massa yang ada di Indonesia tidak terpusat dan dimonopoli oleh segelintir orang atau lembaga saja. Gerakan dari KPI juga menjamin iklim persaingan yang sehat antara pengelola media massa dalam dunia penyiaran di Indonesia. Intinya KPI menggerakkan ketersediaan informasi yang beragam bagi publik baik berdasarkan jenis program maupun isi program.

KPI didirikan atas dasar undang-undang Penyiaran Nomor 32 Tahun 2002 yang merupakan ranah publik harus dikelola oleh sebuah badan independen yang bebas dari campur tangan pemodal maupun kepentingan kekuasaan. Wewenang dan tugas dari KPI mencakupi pengaturan penyiaran yang diselenggarakan oleh Lembaga Penyiaran Publik, Lembaga Penyiaran Swasta, dan Lembaga Penyiaran Komunitas. KPI memiliki dua prinsip yakni, *diversity of content* (prinsip keberagaman isi) dan *diversity of ownership* (prinsip keberagaman kepemilikan). *Diversity of content* merupakan ketersediaannya informasi yang beragam bagi publik baik berdasarkan jenis program maupun isi program. Sedangkan *diversity of ownership* adalah jaminan bahwa kepemilikan media massa yang ada di Indonesia tidak terpusat pada segelintir orang atau lembaga saja.

Literasi media menjadi salah satu kompetensi yang perlu dikuasai oleh setiap manusia yang menjadi khalayak atau konsumen media massa. Namun di

Indonesia, literasi media belum dipandang sebagai hal penting bagi sebagian orang. Dalam hal ini KPI dan Lembaga Remotivi mencoba untuk mengenalkan literasi media kepada khalayak pada umumnya. Kedua lembaga ini memiliki visi dan misi untuk mengembangkan literasi media, sehingga menghasilkan paradigma dan gagasan tertentu. Atas dasar itu peneliti ingin melihat bagaimana literasi media yang dikonstruksi oleh kedua lembaga ini.

Dalam melakukan penelitian terhadap teks media, penulis menggunakan analisis *framing*. Analisis *framing* merupakan metode yang relevan digunakan dalam penelitian terhadap teks media. Penelitian ini memfokuskan kepada teks atau artikel yang berada dalam *website* KPI dan Lembaga Remotivi.

1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian

1.2.1 Fokus Penelitian

Seperti telah dijelaskan pada konteks penelitian diatas, peneliti memfokuskan sebuah masalah sebagai berikut:

“Bagaimana Konstruksi Literasi Media dalam *Website* Komisi Penyiaran Indonesia dan Lembaga Remotivi dengan pendekatan *Framing* Model William A. Gamson?”

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana Konstruksi Literasi Media oleh Komisi Penyiaran Indonesia dan Lembaga Remotivi ditinjau dari *Frame Central Idea*?

2. Bagaimana Konstruksi Literasi Media oleh Komisi Penyiaran Indonesia dan Lembaga Remotivi ditinjau dari perangkat *Framing Device*?
3. Bagaimana Konstruksi Literasi Media oleh Komisi Penyiaran Indonesia dan Lembaga Remotivi ditinjau dari perangkat *Reasoning Device*?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui konstruksi literasi media oleh Komisi Penyiaran Indonesia dan Lembaga Remotivi ditinjau dari *Frame Central Idea*.
2. Untuk mengetahui konstruksi literasi media oleh Komisi Penyiaran Indonesia dan Lembaga Remotivi ditinjau dari perangkat *Framing Device*.
3. Untuk mengetahui konstruksi literasi media oleh Komisi Penyiaran Indonesia dan Lembaga Remotivi ditinjau dari perangkat *Reasoning Device*.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Dalam kegunaan teoritis, diharapkan dapat membantu kita untuk lebih mengetahui bagaimana konstruksi makna yang dibuat oleh media. Dalam hal ini KPI dan Lembaga Remotivi dalam mengonstruksi literasi media.

Selain itu, secara spesifik, penelitian ini berguna untuk memperlihatkan bagaimana KPI dan Lembaga Remotivi melalui *website* sebagai medium untuk mengembangkan literasi media kepada masyarakat melalui perangkat *framing device*, yakni diantaranya aspek *methapors*, *catchpharases*, *exemplar*, *depiction* serta aspek-aspek *reasoning device*, yakni diantaranya *roots*, *appeals to principle*, dan *coosequences*.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi masyarakat luas, terutama untuk menjelaskan mengenai gambaran literasi media yang diterapkan oleh KPI dan Lembaga Remotivi

Selain itu, diharapkan penelitian ini juga dapat membuka pengetahuan bagi media dalam menyebarkan informasi. Informasi yang baik dan bukan hanya mengutamakan kepentingan media sendiri, sehingga setiap media dapat menerapkan dan mengembangkan literasi media.

1.5 Setting Penelitian

Pada penelitian ini hanya terbatas pada analisis *framing*. Penelitian hanya dilakukan untuk mengetahui bahwa media itu memiliki konstruksi makna dalam mengemas sebuah informasi. Penelitian ini meneliti teks yakni *website* KPI dan Lembaga Remotivi dalam menerapkan literasi media.

1.6 Kerangka Pemikiran

Komunikasi menjadi kebutuhan primer bagi kehidupan manusia. Dengan adanya komunikasi, segala interaksi dapat dilakukan oleh manusia terhadap sesama manusia maupun dengan makhluk hidup lainnya. Salah satu bentuk komunikasi yakni komunikasi massa. Komunikasi massa merupakan proses komunikasi melalui media massa (Uchjana, 2000: 20). Salah satu media massa yang saat ini populer digunakan oleh masyarakat ialah media *online*.

Media *online* merupakan salah satu dinamika dari bentuk medium komunikasi saat ini. Media *online* sebagai media komunikasi massa yang membungkus pesan dari komunikator terhadap khalayak yang sebagai komunikan. Pesan yang disampaikan menggunakan media *online* memiliki kelebihan tersendiri dalam penyebarluasan informasi. Media *online* merupakan tipe baru jurnalisme karena memiliki sejumlah fitur dan karakteristik dari jurnalisme tradisional. Fitur- fitur uniknya mengemuka dalam teknologinya, menawarkan kemungkinan-kemungkinan tidak terbatas dalam memproses dan menyebarkan berita (Santana, 2005:137).

Dewasa ini media *online* menjadi pilihan khalayak pencari informasi karena sifatnya yang lebih aktual dan efisien. Perkembangan dalam penyampaian informasi menggunakan media *online* merupakan kenyataan bahwa dalam waktu yang cukup singkat media *online* telah memperkenalkan beberapa hal yang baru bagi masyarakat. *Website* atau situs web merupakan bagian dari media *online* dalam menyebarkan informasi. *Website* adalah sejumlah halaman web yang memiliki topik saling terkait, terkadang disertai pula dengan berkas-berkas

gambar, video, atau jenis-jenis berkas lainnya². Sehingga untuk saat ini, masyarakat banyak menggunakan fasilitas *website* baik untuk mencari maupun menyebarluaskan informasi. Akan tetapi dengan adanya kemudahan bagi masyarakat mendapatkan informasi, menimbulkan dampak tersendiri. Salah satu solusi untuk mengatasi dampak tersebut, media dan masyarakat dapat memahami literasi media.

Literasi media menjadi pendidikan penting dalam perkembangan informasi terutama terhadap informasi yang disebarluaskan melalui media. Paul Messaris (dalam Tamburaka, 2013: 7) menyatakan literasi media merupakan pengetahuan mengenai bagaimana media berfungsi dalam masyarakat. Dalam hal ini literasi media mengajarkan kepada awak media agar dapat memberikan informasi secara transparansi untuk masyarakat. Transparansi yang berarti informasi yang baik dan benar sehingga diterima oleh masyarakat dan menimbulkan dampak yang positif bagi masyarakat khususnya.

Salah satu lembaga independen pemerintah yang mengawasi penyiaran di Indonesia ialah KPI. KPI memiliki tugas mengatur penyiaran yang diselenggarakan oleh Lembaga Penyiaran Publik, Lembaga Penyiaran Swasta, dan Lembaga Penyiaran Komunitas. KPI memiliki dua prinsip yakni, *diversity of content* (prinsip keberagaman isi) dan *diversity of ownership* (prinsip keberagaman kepemilikan). Dalam hal pengembangan literasi media, lembaga swadaya masyarakat juga ikut mengambil andil, salah satunya Lembaga Remotivi. Lembaga Remotivi memiliki visi dan misi yang tidak jauh berbeda

² http://www.id.wikipedia.org/wiki/Situs_web. Tanggal akses 10 Oktober 2014, pk. 12.34 WIB

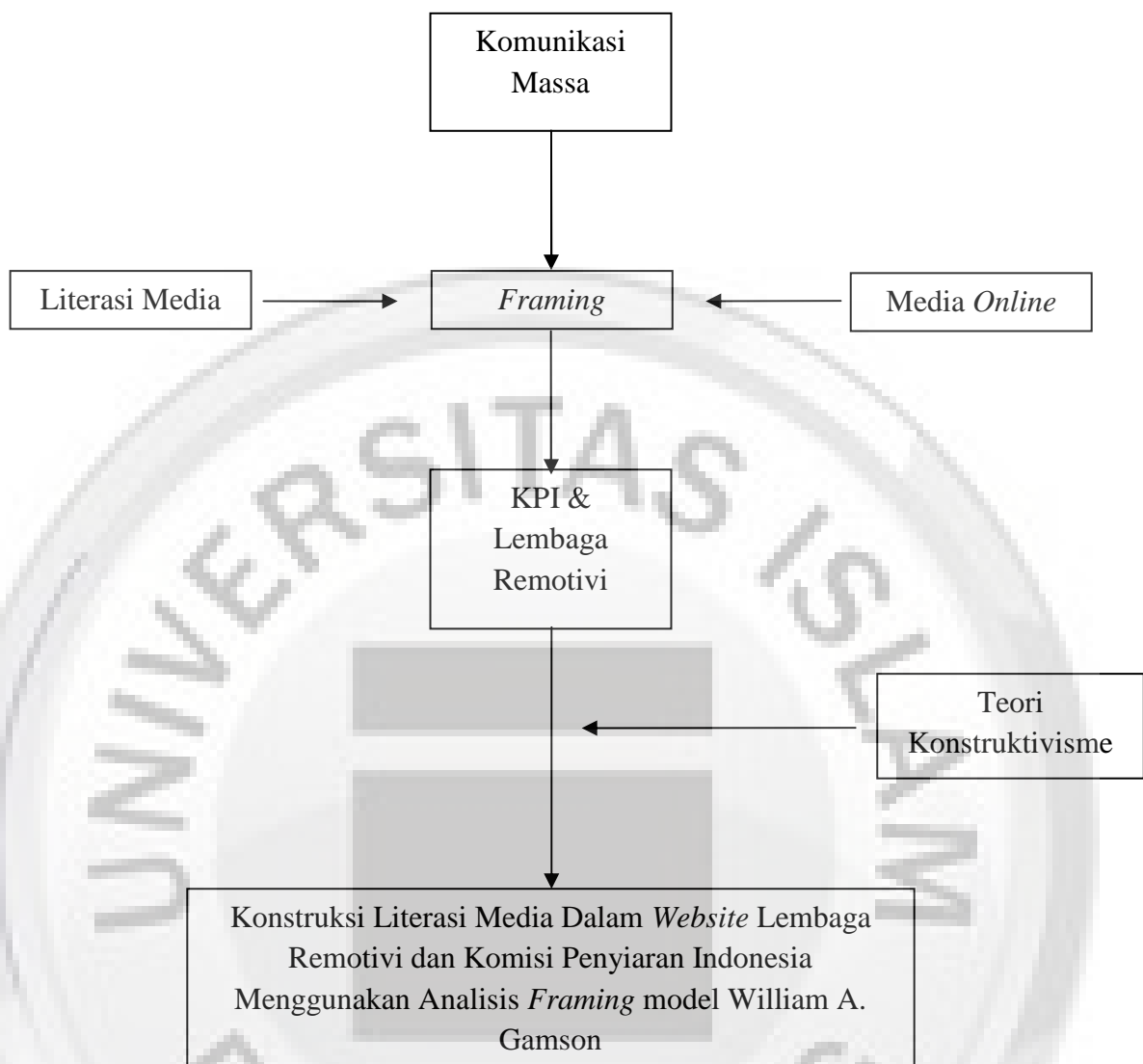
dengan KPI, terutama memfokuskan dalam pengembangan literasi media dan mengajak masyarakat agar melekmedia. Selain mengajak masyarakat untuk melekmedia, Lembaga Remotivi juga mengkritisi media yang kurang beragam dari isi maupun konten dalam menyebarkan informasi.

KPI dan Lembaga Remotivi mengembangkan literasi media dengan cara menyebarkan informasi melalui *website*. Setiap informasi akan memberikan dampak tersendiri yang salah satunya adalah “konstruksi sosial”. Peran dari KPI dan Lembaga Remotivi sebagai penyebar informasi akan mengkonstruksi realitas yang mereka pahami untuk disampaikan kepada masyarakat melalui *website* mereka. Menurut Hidayat (dalam Bunging, 2008: 5) kajian tentang konstruksi sosial media yang memperkuat paradigma konstruktivisme dimana realita sosial dilihat sebagai hasil konstruksi sosial dan kebenaran suatu realitas sosial bersifat relatif. Konstruktivisme menganggap bahwa bahasa mengkonstruksi aspek-aspek spesifik dari semesta dengan caranya sendiri. Bahasa merupakan hasil kesepakatan sosial serta memiliki sifat yang tidak permanen, sehingga terbuka dan mengalami proses evolusi. Dalam hal ini KPI dan Lembaga Remotivi menjadi agen konstruksi yang akan membentuk sebuah realitas. Melalui *website* mereka mencoba untuk membingkai berbagai macam realitas terutama literasi media dan akan menimbulkan persepsi khalayak dalam memahami peristiwa tersebut.

Analisis *framing* dapat membantu penganalisaan tentang konstruksi realitas terutama literasi media oleh KPI dan Lembaga Remotivi. *Framing* seperti dikatakan oleh Todd Gitlin, adalah sebuah strategi bagaimana realitas atau dunia

dibentuk dan disederhanakan sedemikian rupa untuk ditampillkan kepada khalayak pembaca. (Eriyanto, 2012 : 81)

Frame adalah cara bercerita atau gagasan ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana (Eriyanto, 2002: 261). Dalam hal ini *framing* dipakai untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat mengkonstruksi fakta. Gamson dan Modigliani (dalam Sobur, 2009: 162-163) menyebutkan, *frame* adalah cara bercerita atau gugusan ide-ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana. Dalam media massa, *framing* bukan dilakukan oleh seorang individu, melainkan struktur individu di dalam media massa tersebut, termasuk konten-konten informasi yang disebarluaskan. Maka dari itu, peneliti ingin melihat bagaimana literasi media yang dikemas oleh KPI dan Lembaga Remotivi dari penulisan artikel kedua lembaga ini.



Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran